

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
УНИВЕРСИТЕТА»**

**КАФЕДРА МАРКЕТИНГА**

**Аннотация к дипломной работе**

**СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ НА ПРЕДПРИЯТИИ (В  
ОРГАНИЗАЦИИ) И ОЦЕНКА ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

**КОВАЛЬ Надежда Николаевна**

**Руководитель  
Домакур Ольга Владимировна  
кандидат экономических наук, доцент**

**Минск, 2024**

Дипломная работа: 111 с., 21 рис., 10 табл., 55 источников, 1 прил.

## МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, ИНТЕРНЕТ, ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ, БАНКОВСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫМИ ИССЛЕДОВАНИЯМИ

Целью дипломной работы является разработка рекомендаций по повышению продаж на предприятии ОАО «Лунинецкий МЗ» и оценка их эффективности.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Изучить теоретические аспекты маркетинговых исследований предприятия;
2. Провести анализ сбыта продукции на предприятии ОАО «Лунинецкий МЗ»
3. Разработать рекомендации по повышению продаж и оценки их эффективность.

Объект исследования: процессы стимулирования продаж на предприятии (в организации).

Предмет исследования: методы и инструменты стимулирования продаж, используемые на предприятии ОАО «Лунинецкий МЗ».

Методы исследования: метод сравнительного анализа, экспертных оценок, экономико-математические методы анализа, аналитические методы, сравнение, обобщение теоретического и практического материала

Область возможного практического применения: маркетинговая деятельность ОАО «Лунинецкий МЗ»

Автор работы подтверждает, что приведённый в дипломной работе расчётно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Thesis: 111 p., 21 figures , Table 10, 55 sources, 1 app.

## MARKETING, MARKETING RESEARCH, INTERNET, INTERNET MARKETING, MARKETING ANALYSIS, BANKING MARKETING, RESEARCH MANAGEMENT

The aim of the thesis is to develop recommendations for improvement of the effectiveness of marketing research.

In pursuit of this aim the author has the following objectives:

1. Study the theoretical aspects of marketing research of an enterprise on the Internet;
2. Analyze the marketing research on the Internet and evaluate their effectiveness;
3. Develop recommendations for increasing the effectiveness of marketing research on the Internet.

Object of research: marketing research on the Internet.

Subject of research: marketing research on the Internet.

Methods: method of systematization and logical generalization of information, method of comparative analysis, methods of visual display of information, etc.

Realm of the possible practical applications: marketing activities

Author of work confirms that the above thesis work in computational and analytical material correctly and objectively reflects the state of the process under investigation, and all borrowed from the literature and other sources of theoretical and methodological position and concepts accompanied by references to their authors.